数字媒体时代新闻访谈类节目制作与传播

金蓓蕾
（温州广播电视传媒集团，浙江 温州 325002）

摘要：【目的】数字技术的深度发展，对传统的电视节目的生产和推广产生了巨大的冲击。文章以这一大环境为基础，探索数字媒体时代新闻访谈类节目制作与传播的策略。【方法】通过对数字化媒体对新闻节目生产和传播的影响进行剖析，解读数字媒体时代新闻访谈节目的现状，【结果】提出促进数字媒体时代新闻访谈类节目制作与传播的有效策略，【结论】需进一步促进新闻访谈节目的创新。

关键词：数字媒体时代；新闻；访谈类节目；制作；传播　　中图分类号：G240　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）02-104-05　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.02.021
本文著录格式：金蓓蕾．数字媒体时代新闻访谈类节目制作与传播 [J]. 中国传媒科技，2023（02）：104-107，112.

导语

目前，访谈类节目因为其内容有深度、有内涵，备受各大电视媒体的喜爱，但是由于种种实际原因，使得访谈类节目在生产、宣传方面出现了不少问题，从而影响了栏目的收视率。加之在数字媒体的时代，传统媒体和自媒体之间的相互竞争日趋加剧，势必会给传统电视行业中的新闻访谈类节目带来更多的挑战。加强对数字媒体时代的新闻生产和沟通方式的创新，保证新闻更好地传播，使整个新闻生产实现质的改善，是新闻访谈节目创新的当务之急。本文根据当前信息技术发展的特点和当前的信息生产需求，提出一系列既能确保信息生产安全，又能提高当前信息技术水平的措施。

1. 访谈类节目的分类及特点

人物访谈类节目主要以“人”为焦点，通过讲述人的经历来吸引受众，根据受访者职业的不同，将访谈节目分成名人访谈节目、政企精英访谈节目、文化名人访谈节目、“混杂”类的访谈节目等。名人访谈节目以娱乐和运动名人为主，在访谈中占据了七成之多。政商精英访谈栏目的访谈对象主要是政府机构单位、人大代表、政协委员、企事业单位工作人员、知名企业家等。在当前的新闻访谈节目中，“文化名人”栏目是比较偏门的一种类型，专业性较强，被访谈者主要是一些专业领域的文化人或者是艺术界人士，如作家、画家、摄影家、雕塑家等。“混杂”类的访谈节目，则是综合以上三种类型的明星作为访谈的主体，具有更多的人物特征和话题性。[1]

2. 数字媒体对电视节目制作与传播的影响

数字媒体可以实现即时互动，在融合媒介时代，新闻报道突破了单一媒介的形式。在融媒体日益发展的今天，观众已经不仅仅是一个接收信息的人，他们可以利用便利互联网通信手段进行即时的交流，如点赞、弹幕等。在过去三年的新冠疫情报告中，很多电视台都在网上进行了互动点评，让现场的记者、工作人员和线上的观众都可以参与到现场的讨论中，观众在这个过程中与现场记者和相关人员进行交流，不仅让现场的直播变得更加火爆，而且还将一些积极的消息传递给了更多的人。当然这只是在直播中的作用，在访谈节目中，观众可以通过数字媒体对访谈节目内容及时发表自己的看法，主持人也可以利用数字媒体与观众进行及时互动。[2] 数字媒体的应用极大地降低了电视节目费用和制作时间，极大地提高了电视节目的生产效益，为广大受众提供了更好的视听享受。以往受传统的电视节目生产流程的制约，在进行各类影视资讯加工过程中，往往需要高技术、长时间地制作，加之受资金、技术、时间等多方因素的限制，致使电视编导的创新性思维难以得到更好的实施。数字媒体技术的应用，极大地减少了技术的要求和费用，缩短了制作时间，增加了节目质量。在数字技术的帮助下，节目的质量得到极大提升，很多以前不可能完成的创意，现在都有了发展空间。随着数字媒体技术的不断发展，数字影像技术越来越多地被运用到了电视节目

的生产中，运用和发展新科技可以让电视制作人能够充分发挥创意，突破目前科技的限制。科技进步必然会引起新一轮的激烈角逐，也会推动实务工作者探讨数字技术在电视节目创作中的应用，对电视节目创作与发展起到至关重要的作用，增强节目的时效性。[3]与传统的节目制作流程相比较，它可以缩短节目的生产周期，提高制作的速度，让它与大众的生活息息相关。同时，数字化技术使得后期制作的效率更高、更便捷、更易于编辑、更可靠。同时，使已制作好的电视节目转换起来更加便捷，有利于其他电视台和媒体的二次传送，使节目的传送速率得到极大的提升。以往，很多电视节目都是以单一形式播出的，只有少数以 CD 形式播出，而且它的传播途径非常有限。数字化技术对电视媒体的传播途径进行了优化，为电视节目的发行开辟了更为宽泛的传播渠道，让受众可以随时观看电视节目，在广播和宣传上扮演了重要角色，利用网络技术，更能吸纳新的受众，为电视节目带来更多的收益。

新媒体技术的使用是地方广播电视台发展的大势所趋，促进广播电视台与新媒体结合，有利于推动新闻健康、向上发展，也有利于拓宽新闻的传播渠道，丰富新闻内容。新媒体时代，社会信息呈爆炸性发展，良莠不齐，传统媒体人拥有专业的文化和素养，在选择新闻方向、节目内容，以及邀请嘉宾访谈等工作上有着一定的优势和经验。

3. 数字媒体时代新闻访谈节目制作与传播现状

3.1 新闻内容传播不及时

对电视媒体来说，它的优点是及时地为新闻内容进行实况报道。在实际情况下，普罗大众在观看访谈类节目的过程中，想要得到更多的资讯，同时也想知道别人对这类新闻的看法和观点。然而，随着信息技术的发展，新闻访谈的内容生产也出现了一些问题。经过调研，可以了解到，在数字化时代，大部分的访谈都不能向观众提供及时的有用的信息。[4]再者，很多新闻访谈的内容都是在相同的话题上进行反复的探讨，访谈内容具有很强的说教色彩，而且语气与实际环境并不相符，传播效果不尽如人意。近年来，网络技术的飞速发展，让每一个网民都可以在短时间内获得更多的资讯。因此，社会上一旦发生了什么事，就必须迅速、高效地进行传播。现在的新闻和信息交流已经变得非常简单，任何一个新媒体账号，都可以不经过任何详细的检查就可以发布消息。在这样的环境下，散布虚假消息的可能性更大，而且还会对公众的看法产生一定的冲击。显然，用这样的方法进行的消息传递，缺乏真实性和可靠性，缺乏价值，而且还会造成重大的认知扭曲。

3.2 节目画面与形式缺乏新意

新闻访谈是一种集视听于一体的电视栏目，受众可以在现场从主持人对访问嘉宾的访谈中获取一定的信息，观众也可以从电视上看到最新新闻动态及有关信息。无论观众是否观看或聆听，新闻生产必须有充足的信息量，也就是观众常说的“有料”。随着数字化时代的到来，国内的新闻访谈栏目出现了“同质化”的现象，当一个“创新栏目”获得了较好的结果后，各大电视台都会采取类似的措施。由于栏目缺乏新鲜，财经、社会等方面的栏目内容又匮乏，且主持人的特色不够突出，致使目前的新闻访谈类节目品质良莠不齐，有些栏目违背了传播规律，定位不清，形式单调，节目形式不够新颖。[5]

3.3 缺乏良好的互动

以前的新闻访谈节目大多是通过电视来进行的，大部分的受众在看到了电视的内容后，不能表达自己的观点，观众只能被动地接收访谈内容。而在数字媒体下，观众可以实时在线交流、提问、答疑解惑、反馈、参与趣味互动等。

4. 提升新闻访谈节目制作与传播质量的有效策略

新闻访谈是电视工作中重要的一部分，也是各个电视台所关注的焦点节目形式。为了更好地拓展新闻访谈的受众群，推动电视栏目的健康发展，必须在电视新闻访谈栏目上进行改革。其实施的具体战略可以从提高新闻的新颖性、创新节目的画面和方式、加强与观众的交流等几个层面进行探讨。[6]

4.1 与新媒体融合，做好新闻传播

现在，像“抖音”“快手”这类的新媒体，在大众中得到了广泛的应用，它们通过网络把许多的人连接在一起，整合出来信息具有很大的影响力。新闻访谈关注的是读者的数量。传统的新闻访谈主要依靠电视和电台，而现在，观众越来越少，人们将更多的精力放在了新媒体社交平台上。因此，必须加大利用新媒体的宣传力度，使其具有更高的曝光度，使之更易于被观众观看。在此过程中，新闻工作者要善于运用现代网络技术，紧跟时代潮流，运用最新的科技手段

来提高自己的工作质量。新闻传播学要把握好信息的传播法则，在传播界，数字媒体不仅是单纯的技术范畴，更是一种全新的信息交流模式。数字媒体的产生与崛起，使传统大众沟通方式发生了变化。传统的新闻节目通常以先前的报道为主要内容。但是，在数字媒体的发展中，社会网络与新闻媒体的出现，使得个人可以进行信息的发现与传播。一有消息就会迅速地传播开来，在最短的时间内通过各种途径了解到某一事件的具体情况。同时，也突破了以往单一的传播模式，使得信息传播达到多对多，传播速度加快。在互联网和数字媒体的不断作用下，新闻类栏目不断地补充与扩展。受众既可以从多种途径、平台上获得新闻资讯，又可以自行创作，以适应个人资讯的需要。在媒体发展中，数字媒体正逐步形成主流。与传统媒体相比较，数字媒体具有较大的优越性，其受众面广，且具有较高的传播效能。笔者是一位有着 17 年工作经验的传统电视媒体人，曾担任过地方电视台时政类访谈节目的编导和主持人工作 10 年，期间主动投身融媒转型，在新媒体部旗下的快点温州客户端（2023 年 1 月改名为"温度新闻 App"）采编访谈节目《"公摊面积"真的要取消吗》《破局餐饮"雾霾"扰民之困》《温州物业管理条例为何遭遇"落地难"》等民生热点内容，通过新媒体技术的红利，访谈节目采用现场直播的方式，增加多种传播途径，在央视新闻 + 客户端、腾讯视频、新浪微博等平台得到同步播放，每一期节目的播放量均超 10 万，是地方电视台获得高收视的优秀实践。

4.2 增强新闻内容的新颖性

为了使新闻访谈的收视率得到更大的提升，必须在节目的内涵上进行创新。新闻访谈是运用现代化的技术，以电视荧屏为媒体，将有关新闻的文字、图片、视频用全新的形式呈现给受众。新闻访谈有两个环节，首先，新闻工作者和摄影师要搜集有关新闻的资料，其次编辑文字、图片和视频，通过数字技术编辑素材和文字稿件，制作出一个新闻访谈的节目，并提供给观众。此过程并非单纯的排列与整合，而是以新闻事件和新闻人物为基础，大胆突破，提升新闻的总体品质。

笔者工作生活的城市是浙江省辖地级市温州，这个Ⅱ型大城市是国务院批复确定的东南沿海重要的商贸城市和区域中心城市，截至 2020 年 11 月 1 日温州市常住人口 957.2903 万人，除了在全国各地活跃着温州商人的身影外，温州还有近 70 万的海外华侨华人，300 多个海外温籍侨团分布在世界 131 多个国家和地区，这些资源综合起来，使得温州成为全国闻名的"新闻富矿"。在国家级媒体宣传报道中，总有温州声音、温州故事和温州人。因此，以"人民生活"为主要部分，以"经济"为核心，以"高质量发展"为载体，在地方媒体原有的构架中，创新拓展，形成"全媒体、全平台、全天候、全覆盖"的传播体系显得尤为重要。在宣发上，要大力传播社会的正能量，以创作更多满足群众需要，提升受众的观感。另外，访谈必须将演播室录制和下基层走访相结合，采编团队和主持人要"走出去、俯下身、真倾听"才能真实地反映民众的心声。最后，在采编过程中要体现出一个城市、一个社会、一个民族的新发展和新变化。例如笔者曾经采编创作的新闻访谈节目《2016 公共外交温州论坛暨察哈尔公共外交年会》《"与国际货币基金组织秘书长林建海博士聊经济"主题沙龙》《当前国际形势与中国外交政策》《与世界握手——华侨与公共外交》等选题，就是以温州华侨或温籍国际著名学者现场访谈的案例为主线，就华人华侨在公共外交活动中的角色、影响、地位和作用进行了广泛深入探讨，新闻内容的新颖性，使得节目播出后迅速在全国出圈，通过海外华文媒体的二次传播，也获得了各界的一致好评，访谈节目传递的主题和价值观，还获得省部级领导的赞誉。

电视访谈节目从早期的一对一访谈模式逐渐向外辐射发展，形式上从主客问答慢慢转向自由聊天式访谈；人数从 1 对 1 逐渐演变为 1 对多的模式，访谈的形式突破了"坐着访谈"的局限，出现边走边看边谈，精心设计访谈路线，在丰富镜头语言的同时，也让访谈嘉宾深入其境，畅聊得更加自然，观众的代入感也大大增强。

在数字时代，新闻访谈的内容需要利用数字技术，快速处理、编辑和包装，以适应各种播出平台和特定受众的需要。数字新闻信息管理平台，主要是通过统一的策划、制作、管理、发布等方式来完成新闻访谈，对其内容进行数字化存储。因此，新闻访谈的制作就是要搜集和整理材料，再把它做成一个节目，媒体管理系统的目的在于实现更多的信息资源分享，快速实现信息的有效集成。笔者在近年的工作中，曾使用过地方媒体行业选择较多的协同生产平台——阿米协同

生产平台，在多年的实践中，大大感受到它为媒体提供深度融合解决方案，促进媒体转型。真正实现“采访的路上手机可写稿，返程路上可编辑传输”，当记者还在采访回台的路上，新闻已上传到“中央厨房”，成功备播并播出，大大提升了媒体生产力。

4.3 创新新闻节目画面与表达形式

要使访谈的艺术形态得到进一步的革新，首先，要对其进行全面的认识，并在此前提下，对其进行持续强化。保证嘉宾和主持人有一个很好的对话关系，并做好媒体沟通工作。要让受众看到一个好的节目，自然而然，就会激起人们的兴趣。其次，要改变传统节目中单一化的现象，要想让节目的内涵更好地发展，就要在新闻的方式上进行革新。在此期间，要充分利用好的影像技术、制片和通信技术，确保节目的实时性，并对节目的画面与表现方式进行革新。在访谈节目中，数字媒体的变化，使新闻材料的搜集与处理发生了变化，在丰富材料的基础上，增添了更多新鲜的东西。数字媒体的出现，让新闻素材的搜集更为完整和形象化。另外，为了更好地提高自己节目的整体素质，新闻工作者也必须具备一定的职业素养，加强融媒知识学习，提升数字媒体技能，开展丰富的多媒体实践。通过专访嘉宾内容＋街头调查采访的形式来丰富节目表达，不仅让年轻的群体参与时政类访谈，也能让生硬的时政信息通俗化、亲民化地传递给受众。贴近群众选题的民生热点访谈，可以在创作中，尝试把演播室搬出室内，通过走向田间地头、走村串寨、深入山村海岛、走进街头巷尾等方式创新节目画面。同时，根据选题的特点，还可以运用最新的拍摄技术来创新节目画面，通过摄像航拍、全息鸟瞰及蚂蚁视角等方式丰富画面的表达形式。

4.4 增强与受众的互动

互动性是新媒体处于核心位置的关键词汇之一。互动的一个基础含义是，某种直接行动会带来即刻的后果，也就是即时的反馈。这是建立在交换之上的，即存在某种传—受关系，这种关系是双向的，就可称为“互动”。它有一个简单的理解模式，那是“输入到反馈，反馈再到输出”。笔者认为互动与主体性相关，作为受众，不是以这种方式，就是以那种方式互动。而这些方式里面，不仅有移动肢体使它适应各种交流情境，也有受众会对自己观看、触摸、阅读和使用的东西加以理解、思考和探讨。

21世纪初期，网络信息技术的发展使电视新闻广播节目的传播途径日益增多。在数字媒体条件下，大部分的电视节目都采用了交互的形式来增加节目的收视率，在此过程中，受众和节目之间可以进行沟通，从而增加受众的参与性和对节目的最终观感。透过互动，可以更深的了解受众对栏目的观点和意见。在互动中，还可以让受众亲身体验到节目所带来的能量，增加了访谈节目的播出质量。未来，笔者认为访谈节目中，采编人员或创作者要有“网格化”的互联网思维，需重视受众的思想、声音和表达。通过线上线下结合的方式，增强与受众的互动。在过去三年的疫情影响下，对新闻访谈节目的互动创新来说，是一种挑战，也是一种机遇。挑战是创作者需要在减少与受众面对面的机会中，把主要精力放在节目内容上，用内容吸引受众，从而达到互动的条件。就是说社交线索不断隐退，对创作来说是一大挑战，机遇是创作者可以借助数字化的文字、图形、图像、声音、视频影像和动画等内容，在社会临场感不断下降的情况下，实现实时交流互动区。过去大都是在一个熟人社区，在这个社区里，大家日常的聊天交往，多以线下的互动方式存在。在小卖部、小吃店、杂货铺等前面，和老板不断地唠嗑，可感受到对方的表情、动作及其他之外的反馈。数字时代则打破空间对人和人交往的束缚，在数字时代不同类型的数字群里面，创作者大多在线上深度地“观察”与其聊天的这些受众。此时的互动约束性变小了，受众的自由度更大了，互动的信息和范围也会随之拓展，碍于面子不能或不愿诉说的观点和思想也会通过这样的方式，反馈到访谈节目组。

当下，电视访谈节目的传播已经不单单局限在电视媒介，随着科学技术的发展，新媒体作为新闻传播的新兴方式闯入人们的视野，与此同时电视访谈节目也从传统的传播途径向多样化的方式转化，例如：电视访谈节目音频化、图片化、短视频化及动漫化等二次加工的传播，更能吸引年轻受众的眼球，获得意想不到的新效果。随着“抖音”和“快手”火热，地方电视台也先后开通栏目账号，新闻访谈节目的名言精句通过横版视频竖版化的形式，短视频化的内容同样得到了一部分网络的留言和好评，这也是增强与受众互动的新形式。

结语

总之，今后要想使新闻访谈类节目得到更好地发

（下转第112页）